



Caixões vazios: a polêmica em uma *fake news*

Nathalia Melati
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC/SP
E-mail: nathaliamelati@gmail.com

Resumo: Este artigo investiga o fenômeno das fake news sob a ótica da Retórica, situando-as no quadro da desordem informacional. O objetivo central é analisar a retoricidade do discurso falso, observando como ele se diferencia da busca pela veracidade ao operar como uma antilogia contrária ao *logos*. A fundamentação teórica articula conceitos da retórica clássica aristotélica — como as provas lógicas, éticas e patéticas — com a sofística de Górgias e reflexões contemporâneas sobre o funcionamento algorítmico das redes sociais. Através do estudo de caso da desinformação sobre “caixões vazios” durante a pandemia de Covid-19, discute-se como a personalização tecnológica cria câmaras de eco que favorecem a identificação entre orador e auditório e o compartilhamento espontâneo de falsidades. O trabalho conclui que a eficácia das *fake news* reside não na correspondência direta com os fatos, mas na exploração do *kairos* e de vieses cognitivos, gerando efeitos de verdade que desafiam o consenso e a razão no debate público. O artigo se baseia em Aristóteles (*Retórica*), Górgias (*O tratado do não ser*), Amossy (2017) e Cassin (2005) para a fundamentação retórica e se apoia em Gelfert (2018), e Wardle e Derakhshan (2017) para a conceituação de desordem informacional.

Palavras-chave: Retórica clássica. Argumentação. Ethos. Análise do Discurso. Neoretórica. fake news.

Abstract: This article investigates the phenomenon of fake news through the lens of Rhetoric, situating it within the framework of information disorder. The central objective is to analyze the rhetorical nature of false discourse, observing how it differs from the search for truth by operating as an antilogy contrary to the *logos*. The theoretical foundation articulates concepts from classical Aristotelian rhetoric — such as logical, ethical, and pathetic proofs — with Gorgias' sophistry and contemporary reflections on the algorithmic functioning of social networks. Through the case study of disinformation regarding "empty coffins" during the Covid-19 pandemic, the discussion addresses how technological personalization creates echo chambers that favor group identification and the spontaneous sharing of falsehoods. The work concludes that the effectiveness of fake news lies not in direct correspondence with facts, but in the exploitation of *kairos* and cognitive biases, generating truth effects that challenge consensus and reason in public debate. The article draws on Aristotle (Rhetoric), Gorgias (The Treatise on Non-Being), Amossy (2017) and Cassin (2005) for its rhetorical foundation, and relies on Gelfert (2018), and Wardle and Derakhshan (2017) for its conceptualization of informational disorder.

Keywords: *Classical rhetoric. Argumentation. Ethos. Discourse Analysis. Neorhetoric. fake news.*

Introdução

Em 2019, a Associação Brasileira de Linguística (ABRALIN), as pós-graduações em Letras e Linguística da Unicamp, USP, Unesp-Araraquara e UFSCar, e o Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência da Unicamp (CLE), organizaram um evento intitulado “Abralín em cena: *Fake news* e Linguagem”. Na ocasião, pesquisadores de diversas áreas participaram de mesas-redondas sobre *fake news* a partir de diferentes perspectivas, das *fake news* como narrativas literárias ao peso dos avanços tecnológicos no seu impulsionamento. O próprio ineditismo das *fake news* era debatido; não são elas o boato, a falsidade, a boa e velha mentira?

As duas visões são verdadeiras. As *fake news* são um relato falseado, um boato, ao mesmo tempo em que são uma falsidade inteiramente nova. Por um lado, é a mesma falsidade do discurso retórico falso, discurso compreendido aqui como o resultado da ação de discursar a partir de Tringali (2014). Por outro, os mecanismos tecnológicos empregados pelas redes sociais, e responsáveis pela velocidade e pelo alcance desse discurso, são inéditos na história da comunicação humana. A criação das redes é um divisor de águas tal qual a criação da internet em si mesma. Assim, as *fake news* inauguram um formato próprio de informação, possível graças ao modelo de negócios e funcionamento das redes sociais.

A primeira parte deste artigo se dedica a apresentar as *fake news* a partir de reflexões teóricas. Esse percurso se inicia com Wardle e Derakhshan (2017), que definiram a desordem informacional, universo ao qual as *fake news* pertencem; depois, Pariser (2012), Santaella (2018) e Silveira (2018) explicam o funcionamento das redes sociais, e o impacto desse ambiente na circulação de *fake news*; e Gelfert (2018),

por fim, embasa a nossa conceituação das *fake news*. A segunda parte, que se inspira justamente na abordagem do evento organizado pela ABRALIN, é uma reflexão sobre como a Retórica pode contribuir para os estudos das *fake news*, que, por sua natureza, envolvem outras áreas de pesquisa além da Linguagem. Essa parte se inicia com um apanhado teórico sobre o discurso retórico falso a partir de Aristóteles (384 – 322 a.C.), que escreve sobre esse discurso apenas para refutá-lo. Dessas refutações, temos os sofismas, as falácias, o raciocínio falso empregado pelos sofistas. Abordamos, também, além das provas lógicas, as provas éticas e patéticas. Além de Aristóteles (*Retórica*), consultamos o pensamento de Górgias (490 – 388 a.C.), apresentado n' *O tratado do não ser*, e da Nova Retórica.

O artigo, por fim, analisa um texto que é parte da desordem informacional proposta por Wardle e Derakhshan (2017). Esse texto aborda a gravidade da crise sanitária provocada por uma nova variante do coronavírus (SARS-CoV-2), conhecida como Covid-19 e foi publicado no final de abril de 2020. Ele contesta a tese de que caixões estariam sendo enterrados vazios, ou com pedras, para inflar o número de mortos em decorrência da doença.

O objetivo do artigo é somar aos estudos sobre as *fake news* uma perspectiva retórica, que observe a retoricidade do discurso falso. A Retórica é uma disciplina essencial para compreender o impacto das *fake news* no debate público. Elas são um esforço de impor uma opinião controversa, contrária ao senso comum, como parte do debate público, e frequentemente são eficazes por mudar a disposição do auditório acerca de suas crenças e de acontecimentos. Como discurso retórico, as *fake news* não buscam a opinião mais verossímil, nem mesmo a preferível, que para a Retórica sempre parte de raciocínios lógicos; é o oposto, o discurso retórico falso é uma antilogia, é contrário ao *logos*.

DA DESORDEM INFORMACIONAL ÀS FAKE NEWS

De maneira simplista, compreendemos como *fake news* todo texto – uma composição de um simples período a um artigo científico – que pertence à desordem informacional. Wardle e Derakhshan (2017), por criticarem o emprego de *fake news* por agentes políticos como forma de atacar a credibilidade da mídia tradicional, optaram por *information disorder*, traduzido como desordem informacional em Gonçalves-Segundo (2020) e desinformação em Bezerra, Magno e Maia (2021) e Gomes e Lopes (2021). A desordem informacional é o fluxo constante de fabricações ou manipulações de fatos, distribuídas por agentes conectados em rede.

Em suma, é uma nova maneira de informar, que concorre com os veículos de comunicação, e só é viável por causa da internet e pelos demais avanços tecnológicos. Wardle e Derakhshan (2017) observam

uma série de *fake news* com base em três fases: a criação, a produção e a distribuição. Para os autores, não podemos considerar que um único agente seja responsável por essas fases. A concepção da *fake news*, no nosso caso, a de que caixões eram enterrados vazios, pode ter sido de um agente, enquanto a produção dos textos para distribuição é de outro, e a própria distribuição online pertence a terceiros. A desordem informacional é, antes de tudo, uma rede de pessoas engajadas na elaboração, produção e distribuição de textos falsos, porque não correspondem à verdade, no caso de uma informação científica ou de um relato, ou ao consenso, no caso do debate público.

A motivação desses agentes é variada. Conforme Wardle e Derakhshan (2017), há a motivação financeira, a política, a social e a psicológica. Allcott e Gentzkow (2017) investigaram o modelo econômico das *fake news* produzidas durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016. Os autores encontraram sites exclusivamente de informação falsa, normalmente com nomes similares aos de veículos tradicionais da imprensa, e sites mistos, com informação falsa e notícia, ainda que partidárias. Segundo os autores, a internet possibilita um investimento baixo para a produção e divulgação de notícias e, em contrapartida, um sistema de remuneração com base no tráfego de usuários do site. Quanto às redes sociais, o custo para a criação de uma página ou perfil é incomparável ao de um veículo tradicional, o que os torna ainda mais lucrativos nesse ambiente. A facilidade de criar um site ou um perfil em rede social também é explorada por agentes de motivação política, geralmente com o objetivo de prejudicar um ator político em uma disputa eleitoral ou em um debate público.

A motivação social funciona para se conectar com um grupo de pessoas, e a psicológica, para buscar prestígio ou reforço social. Essas duas motivações estão intrinsecamente conectadas ao uso que fazemos das redes sociais. Para os autores, as interações em redes sociais desempenham uma importante função social ao sinalizarem com o que concordamos, ou ainda o que reconhecemos como importante e válido. Essas redes são responsáveis por parte da nossa conexão com os outros, por isso parte significativa da nossa interação encontra-se online. Hábitos, gostos, produtos, amigos, companheiros, tudo isso está disponível nos dados que inserimos em redes sociais como Google, Facebook, Instagram e X.

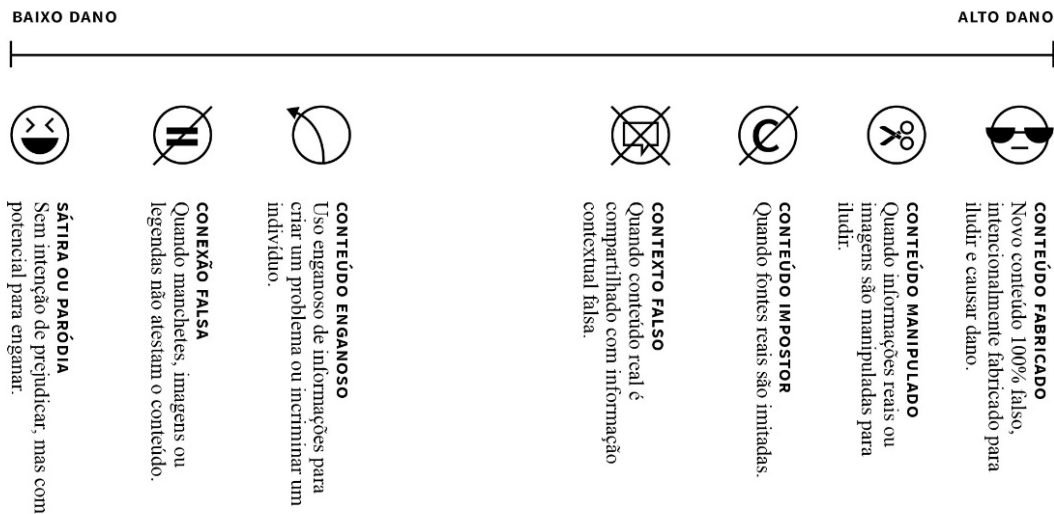
Esses dados são coletados de formas que o usuário não tem ciência. Podemos imaginar que as redes conhecem nossos amigos e identificam a nossa localização por GPS, mas elas também sabem a velocidade com que você digitou o texto postado. Esse último é um dado relevante, por exemplo, para identificar se o usuário sentiu raiva ao interagir com o conteúdo oferecido no seu *feed*. Há uma personalização do conteúdo oferecido para cada usuário, o que torna a rede social tão confortável para cada um de nós que, invariavelmente, passamos a construir relações significativas por ela. Fazemos parte de grupos e criamos uma persona online.

Os sistemas das plataformas manipulam, ao filtrar e organizar, as informações disponíveis aos usuários para que eles “se sintam bem, confortáveis, acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirirem um produto ou um serviço” (Silveira, 2018, p. 38). Para Santaella (2018), essa personalização do conteúdo entregue aos usuários cria bolhas ou câmaras de eco, definidas como um “ecossistema individual e coletivo de informação viciada na repetição de crenças inamovíveis” (Santaella, 2018, p. 9). Como as interações do usuário personalizam a cada instante a sua experiência, cria-se uma imagem virtual de si mesmo. Pariser (2012) compara essa imagem a uma performance, e não a uma identidade, “a nossa segunda identidade, refletida na mídia que usamos, é muito parecida conosco, mas não exatamente igual” (Pariser, 2012, p. 105). As plataformas nos apresentam aquilo que gostaríamos de ser, e não realmente quem somos, por isso a tentação da câmara de eco.

É importante notar que essa personalização acarreta um compartilhamento quase espontâneo da *fake news*. Ser persuadido pelo discurso falso nas redes sociais torna-se uma questão de pertencimento a um grupo social e reforço do seu papel nesse grupo. Parte dos agentes responsáveis pela terceira fase, a distribuição, acreditam na informação que disseminam. Ela não é, aos seus olhos, falsa. Ao mesmo tempo que, na bolha ao lado, essa mesma informação é desmarcada por conta da sua falsidade. Aliás, também os que apontam a falsidade, no ambiente digital, ajudam no impulsionamento e no alcance dessa informação. Nas redes sociais, cada vez que interagimos com um texto ampliamos o seu alcance para toda a nossa lista de amigos. Assim, quanto mais compartilhamentos e curtidas, melhor para a disseminação da informação. Para as *fake news*, vale a velha máxima publicitária: “falem bem ou falem mal, mas falem de mim”. Compreendemos que a personalização das redes sociais reafirma a posição de Wardle e Derakhshan (2017) ao definirem as motivações como social e psicológica, além da financeira e política.

A desordem informacional é composta tanto por informação falsificada (*disinformation*) como por informação errada (*misinformation*). O produtor da primeira intencionalmente criou aquela informação com a intenção de prejudicar alguém/algo, por motivação financeira ou política, enquanto o da segunda a compartilha sem intenção deliberada de prejudicar. Em Wardle (2019), a autora acrescenta que, quando compartilhada, informação falsificada normalmente se torna informação errada, uma vez que quem amplia o alcance dessa informação pode acreditar que ela seja genuína. Com o objetivo de criar um quadro teórico, Wardle e Derakhshan (2017) categorizam as estratégias de falsificação presentes na informação falsa e na errada. Para essa categorização, os autores optaram por organizar as diferentes estratégias em ordem crescente com base na probabilidade de a informação falsa causar dano ao auditório, conforme descrito na “Figura 1 – Estratégias de falsificação e potencial de dano”.

Figura 1 – Estratégias de falsificação e potencial de dano



Fonte: Wardle (2019, p. 11, traduzido pela autora)

A sátira, ou paródia, é considerada uma *false information* (informação falsa) para Wardle (2019) quando a fonte desse tipo de informação se perde, o que ocorre frequentemente nas redes sociais. O auditório entra em contato com a sátira sem saber que a informação se originou em um site humorístico, com isso, toma a sátira como fonte de informação genuína. Uma sátira ou uma paródia não são uma informação falsa *a priori*, mas apresentam potencial para enganar seu auditório. A conexão falsa ocorre quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo reproduzido. E o conteúdo enganoso, quando há uma manipulação de informação para fabricar um conteúdo. Exemplos são textos em que o corpo da notícia não confirma o título, como as notícias *click-bait*, que geram cliques, e, portanto, receita aos sites, mas que distorcem ou manipulam o conteúdo, normalmente com fins ideológicos.

Para Wardle (2019), essas três estratégias de falsificação têm um baixo risco de dano ao auditório, por isso são consideradas como informação errada (*misinformation*). Elas poluem o ecossistema de informação, e são frequentes nos veículos tradicionais de comunicação, o que diminui a credibilidade da imprensa perante a sociedade. As demais estratégias de falsificação são classificadas como informação falsificada (*disinformation*), isto é, um conteúdo intencionalmente falso e projetado para causar dano.

A motivação para a produção desse conteúdo, segundo Wardle (2019), é para se obter ganho financeiro, influência política, ou para tumultuar o debate. As estratégias são: o contexto falso, conteúdo verdadeiro fora de contexto; conteúdo impostor, imitação de fontes verdadeiras (como personalidades e

atores políticos); conteúdo manipulado, conteúdo verdadeiro manipulado; e conteúdo fabricado, conteúdo falso fabricado. Sobre o conteúdo impostor, é possível que um humorista ou personalidade imite uma fonte original, como um político; nesse caso, o objetivo desse conteúdo é o mesmo que o da sátira ou da paródia.

À guisa de arremate, retomamos a nossa simples definição de *fake news*: todo texto que pertence à desordem informacional. Esse texto deve ser falso, ter o objetivo de informar (como uma notícia) e depender do *design* das redes sociais. O primeiro ponto é sempre questionável, dada a fragilidade da verdade e do fato. Como não é o escopo desse artigo debater a noção de verdade e de fato, optamos por selecionar o *corpus* com base no trabalho jornalístico da agência de checagem Aos Fatos, um veículo de imprensa especializado em apurar a veracidade de informações que circulam nas redes sociais.

Essas agências empregam profissionais da imprensa que realizam o trabalho de checagem da informação de publicações falsas com amplo alcance. De acordo com o Intervezes (2019), as agências “viabiliza[m] o confronto da desinformação com diversas fontes e traze[m] à tona as origens dos conteúdos desinformativos” (Intervezes, 2019, p. 38). A Aos Fatos se apresenta como “uma plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos” (Aos Fatos, s/d).

O segundo ponto, o objetivo de informar, aproxima as *fake news* da notícia. O relato jornalístico é o que compreendemos como o registro da realidade. A notícia, ou a informação, é curada por jornalistas, os profissionais responsáveis por certo rigor e padrão da notícia. As *fake news* se apresentam como um registro da realidade, ainda que sua credibilidade não se baseie no código de ética dos jornalistas, mas na eficácia da sua disseminação nas redes sociais. Conforme Tandoc et al (2018), “não só as mídias [redes] sociais mudaram a distribuição das notícias, mas também desafiaram as crenças tradicionais sobre como as notícias deveriam parecer” (Tandoc et al, 2018, p. 139). O comportamento dos jornalistas como usuários das redes sociais possibilitou, dentro desse ambiente, relatar fatos fora dos formatos restritos aos gêneros jornalísticos, como a própria notícia, a reportagem e a fotolegenda. O X, especialmente, é usado por jornalistas para detalhar notícias em tempo real, as famosas notícias urgentes (*breaking news*).

Por fim, o terceiro ponto, depender do *design* das redes sociais, significa o uso de mecanismos tecnológicos para sua propagação. Segundo Gelfert (2018), essa eficácia é alcançada por *design*, ou seja, pelo acionamento de vieses cognitivos, dentre eles, o viés de confirmação (a tendência humana de favorecer evidências que reforçam crenças pré-estabelecidas), o efeito de repetição (a exposição repetida a mesma informação), o efeito de predisposição (a influência subsequente de informação apresentada, construções linguísticas como “vachina” ou “vírus chinês”), e a excitação emocional (redução da disposição para negociar ou se comprometer). Com esse terceiro ponto, entendemos que um texto defendendo a alegação falsa “caixões são enterrados vazios para inflar o número de mortos por Covid-

19”, precisa, para ser uma *fake news*, ser considerado falso por algum veículo jornalístico, como as agências de checagem, ou ainda outras instituições; ter o objetivo de contrapor uma notícia, um fato, ou até o debate público; e ter sido propagada nas redes sociais com eficácia. A *fake news* precisa ser eficaz ao se disseminar, ou seja, de todos os textos que circulam nas redes sociais, elas devem se destacar.

DOS SOFISTAS À RETÓRICA DO DISSENSO

Para Platão (428/427 – 348/347 a.C.), a Retórica não conduz à busca pela verdade, pelo conhecimento (saber); ela “é uma produtora de persuasão para a crença, e não para a instrução no que diz respeito ao justo e ao injusto” (Platão, *Gorg.*, 455a). Com isso, ele condena a Retórica, que é resgatada por Aristóteles (*Ret.*), que contrapõe o discurso retórico às premissas indiscutíveis, provenientes do discurso filosófico, que busca a verdade. A Retórica parte de “premissas prováveis e delas tira conclusões não apodíticas com base no silogismo retórico (o entimema)” (Eco, 1976, p. 73).

Entre a verdade e a falsidade, Aristóteles (*Ret.*) encontra para a Retórica o caminho do meio, o do verossímil. Assim, ela se dedica à construção da verossimilhança, que deve ser feita a partir de premissas verdadeiras. Como a Retórica criticada por Platão (*Gorg.*) centrava-se no orador e no auditório, Aristóteles (*Ret.*) enfatiza a ligação da Retórica com a busca por argumentos lógicos. Para a retórica aristotélica, o *logos* é, principalmente, o raciocínio empregado pelo orador a fim de persuadir o auditório; “o raciocínio é a operação da mente em que, postas certas coisas, seguem-se necessariamente outras” (Tringali, 2014, p. 35). Os raciocínios retóricos são a dedução (silogismo) e a indução (exemplo), o primeiro raciocina do geral para o particular, o segundo faz o caminho inverso. Como a Retórica se fundamenta no senso comum, Aristóteles (*Ret.*) indica que nem sempre todas as premissas do silogismo estão presentes no discurso, mas podem ser deduzidas pelo auditório, por isso ele o chama de entimema.

Ao lado dos silogismos e dos entimemas, Aristóteles (*Ret.*) descreve o raciocínio empregado pelo discurso falso: “no que toca a persuasão real ou aparente, assim como na dialética se dão a indução, o silogismo e o silogismo aparente, também na retórica acontece o mesmo. Pois o exemplo é uma indução, o entimema é um silogismo, e o entimema aparente é um silogismo aparente” (Aristóteles, *Ret.*, I, 2, 1356b). O silogismo aparente e o entimema aparente são descritos em Aristóteles (*Ret.*) como sofismas, e renomeados durante a Idade Média como falácias (cf. Vidal, 2021).

O sofisma, ou a falácia, é construído a partir de um raciocínio falso, porque viola um princípio lógico, com aparência de verdade. Aristóteles (*Ret.*) agrupa os silogismos aparentes em duas classes: quando derivam da conclusão do silogismo: (1) por expressão; ou quando derivam das premissas do

silogismo: (2) por homonímia; (3) por combinação ou divisão; (4) por signo; (5) por acidente; (6) por consequência; (7) por causa; (8) por omissão do quando e do como; (9) por tornar o improvável provável quando relativo. A “Tabela 1 – Entimemas aparentes e seus exemplos” resume e exemplifica os tópicos apontados por Aristóteles (*Ret.*) como fontes dos entimemas aparentes.

Tabela 1 – Entimemas aparentes e seus exemplos

Entimema aparente	Exemplo
(1) Expressão: quando não se apresenta de fato a conclusão do silogismo	“Salvou uns, castigou outros, libertou os gregos” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a10).
(2) Homonímia: quando um dos termos da(s) premissa(s) tem mais de um significado, isoladamente ou em combinação	“Caso semelhante é o da pessoa que, para elogiar um cão, o comparasse ao Cão celeste [...]” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a15).
(3) Combinação ou divisão: quando se argumenta como se não houvesse diferença se o termo for considerado combinado ou dividido	“E o mesmo se diga nas ocasiões em que alguém sustenta que conhecer as letras é conhecer a palavra, uma vez que a palavra é o mesmo que as letras” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a20).
(4) Signo: quando há um erro entre as premissas	“[...] se alguém dissesse: ‘às cidades são úteis os amantes, porque o amor de Harmódio e de Aristogíton derrubou o tirano Hiparco’” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b10).
(5) Acidente: quando as circunstâncias atribuídas ao sujeito, na premissa, não são verdadeiras	“Ou ainda se alguém dissesse que o fato de ser convidado para um banquete é o mais alto sinal de distinção, dado que, por não ter sido convidado, Aquiles ficou ressentido contra os Aqueus em Tênedos. Ficou ressentido por se sentir desconsiderado, embora tal tenha acontecido por não ter sido convidado” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b15).

(6) Consequência: ao atribuir uma falsa consequência a uma ação	“[...] porque um homem é elegante e passeia à noite, conclui-se que é adúltero, uma vez que os adúlteros são assim” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25).
(7) Causa: quando se apresenta o que não é a causa como causa	“[...] quando acontecem várias coisas ao mesmo tempo ou umas a seguir às outras. O que acontece ‘depois disso’ toma-se como se fosse ‘a causa disso’” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25).
(8) Omissão do quando e do como: quando essas circunstâncias são omitidas	“[...] que Alexandre raptou Helena justamente, uma vez que o pai desta lhe concedera o direito de escolher o marido. Tal direito não era válido para sempre, mas só a primeira vez, porque o pai tinha autoridade só até esse momento” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a25).
(9) Provável em relação a algo: quando se torna o improvável provável relativamente	“[...] se um homem não dá pretexto a uma acusação, por exemplo, se sendo fraco, for acusado de violências (porque não é provável) [...]” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1402a15).

Fonte: elaborada pela autora (2023), com base em Aristóteles (*Ret.*, II, 24).

Há outras categorias possíveis para as falácias. Em Joseph (2008), as falácias são divididas em *extra dictionem* (extralinguísticas) e são *in dictione* (linguísticas). A partir dessas duas categorias, a autora lista as mais diversas falácias: do acidente, da ignorância do argumento, *ad hominem*, *ad ignorantiam*, de causa falsa, da petição de princípio, da pergunta complexa, da homonímia, da forma verbal, da acentuação, da composição, da divisão, da confusão do relativo. De certa forma, a listagem das falácias assemelha-se a das figuras de linguagem; mas, conforme conclui Vidal (2021): “*desde sus orígenes medievales hasta los estudios actuales de las falacias, no se ha elaborado una teoría al respecto, sino más bien se ha procedido a una acumulación casuística de tipos de argumentos considerados inválidos por diversos motivos*” (Vidal, 2021, p. 14). Por isso, buscamos observar as contribuições dos sofistas para além dos sofismas descritos por Aristóteles (*Ret.*) e ampliados com o estudo das falácias.

O *logos* é apenas uma das provas retóricas, ao lado do *ethos* e do *pathos*. O *logos*, ou até o discurso, é o raciocínio que conduz a argumentação. Como vimos, os silogismos e os entimemas aparentes estruturam o *logos* empregado em discursos falsos. Aristóteles (*Ret.*), ainda que brevemente, também cita o *ethos* do discurso falso. Essa prova retórica é o caráter do orador, que será naturalmente persuasivo se o orador demonstrar: prudência (*phronesis*), virtude (*arete*) e benevolência (*eunoia*). Para

Aristóteles (*Ret.*), os oradores que “recorrem à mentira nas coisas que dizem ou sobre aquelas que dão conselhos” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1378a10) fazem isso porque lhes falta prudência, virtude ou benevolência. O orador retórico, o verdadeiro orador para Aristóteles (*Ret.*) é o que cultiva como hábito essas três virtudes humanas, já o sofista mente por falta de conhecimento, de prudência; ou por malícia, a falta de virtude. Pode ainda o orador mentir porque, mesmo sabendo a verdade, não é benevolente para compartilhá-la.

O *pathos* é a prova que identifica a disposição do auditório para o discurso retórico. As emoções influenciam a disposição do auditório. Elas “são as causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1, 1378a20), são, assim, parte do mundo sensível, das sensações. As emoções são a contraparte racional da alma humana que nos incita à ação. Aristóteles (*Ret.*) menciona a mentira, a falsidade, ao descrever as provas lógicas e éticas, mas não nas patéticas. Ele censura, no entanto, o orador que apresenta provas que afetam o juiz da questão, e não a questão em si.

Aristóteles (*Ret.*) indica que o orador deve pensar quais emoções, e como essas emoções, são despertadas em pessoas com valores semelhantes. Por terem essas semelhanças, orador e auditório se emocionam contra os mesmos inimigos e intercedem em favor dos mesmos amigos, nas mesmas circunstâncias. Isso nos leva a crer que o discurso falso, especialmente nas redes sociais, busque tanto as semelhanças quanto as diferenças entre orador e auditório. Aproximar-se dos semelhantes ou distanciar-se de um outro, um terceiro, permite ao orador e ao auditório se identificarem quanto aos valores defendidos por cada grupo.

O discurso retórico apresenta naturalmente mais de um auditório. No processo de confecção da escrita, o orador visualiza não só o auditório que será favorável à sua tese, mas também o contrário. A depender das circunstâncias de realização desse discurso, o auditório que se opõe ao orador pode ser chamado para discursar. A refutação do opositor é comum, por exemplo, ao discurso retórico da esfera jurídica. Com base no funcionamento das redes sociais, imaginamos que esse confronto direto não seja o caso do discurso retórico falso no caso das *fake news*. A personalização da experiência do usuário pode impedir que essa oposição de teses seja visível a todos. Nesse caso, teremos um auditório que genuinamente acredita em uma falsidade, e outro que a reconhece pelo que ela é.

O discurso retórico é e não é falso, a depender da perspectiva do auditório, em um mesmo recorte temporal. É uma contradição porque perturba o que, ainda que de maneira difusa, entendemos como verdade. Para Aristóteles (*Ret.*), a verdade e a verossimilhança são mais persuasivas que a mentira, por isso tendemos à verdade. Assim, o discurso retórico falso é desmascarado no embate pela obviedade da sua falsidade em contraste com a verdade.

Para entender como é possível discursivamente tomar a falsidade como verdade, tomamos a máxima de um sofista, Górgias (2005): “nada [...] é; aliás, se é, é incognoscível; aliás, se é e é cognoscível, não pode ser mostrado aos outros” (Górgias, 2005, p. 278). Górgias (2005) pensa o ser como um efeito do dizer, e não como a essência de tudo que é. Para o sofista, a palavra não retém o ser quanto a sua natureza, a sua essência, e por isso, ainda que o ser exista como fenômeno natural, não pode ser traduzido pela linguagem.

Cassin (2005) compara essa criação sofista do ser à criação literária: “o ser é um efeito de dizer: um personagem filosófico, assim como existem personagens narrativos, produtos do discurso” (Cassin, 2005, p. 31). Isso significa que o discurso cria o ser na mesma medida em que um romance cria uma personagem. Nesse contexto, o discurso retórico falso cria o efeito de verdade para quem acredita na sua tese. É uma verdade sem relação com o mundo natural ou com o raciocínio lógico, produto do discurso retórico.

Assim, com base nos escritos clássicos da Retórica e também a partir das contribuições de autores contemporâneos, entendemos que a contradição entre ser e não ser verdade impossibilita o consenso retórico. A Retórica visa ao acordo, ou pelo menos à negociação da distância entre orador e auditório. Cassin (2005), ao considerar a perspectiva de Górgias, nomeia o consenso possível como sofisticado: “o resultado sempre precário de uma operação retórica de persuasão, que produz, em cada ocasião (é o *kairos* [...]), uma unidade instantânea inteiramente feita de dissensos, de diferenças” (Cassin, 2005, p. 70).

Para Cassin (2005), o momento em que o discurso vem a ser gera um momento de identificação. É o instante ideal para que uma falsidade, a aparência da verdade, seja tomada como essência do ser. O orador e o auditório partilham um consenso que não se sustenta frente ao escrutínio lógico, mas que é aparentemente verdadeiro. A autora argumenta que isso só é possível porque, sob uma perspectiva sofista, o momento da criação do discurso foi oportuno para a identificação entre auditório e orador. Essa ocasião é, para a Retórica, o *kairos*: a oportunidade perfeita para se atingir um alvo, o momento em que as circunstâncias convergem para a realização de uma ação. Para o orador, o *kairos* indica a melhor ocasião para persuadir o auditório; para o sofista, é o momento de gestar o dissenso no seio da *doxa*.

Para a Retórica, opinião comum, ou senso comum, pode ser traduzido como *doxa*. Nos tratados gregos, a *doxa* é compreendida como o conhecimento das opiniões, baseado no mundo sensível, isto é, naquilo que vemos, ouvimos, sentimos, experimentamos; ela é contrária à episteme, ao conhecimento científico. Ela simboliza os acordos prévios para a argumentação, em uma teocracia, por exemplo, são possíveis argumentos que apelam à tradição. Hoje, entendemos a *doxa* a partir de um recorte de uma sociedade em determinado tempo. Tomaremos o entendimento de Angenot (*apud* Amossy, 2002): a *doxa*

é como um todo estruturado composto tanto das opiniões aceitas quanto dos questionamentos aceitos. Se opiniões contrárias pertencem a mesma *doxa*, mesmo paradoxalmente, podemos entender o discurso retórico falso como uma tentativa de desafiar o estatuto do fato, da verdade, da opinião pública.

Amossy (2017) também se debruça sobre o dissenso, ainda que sem uma perspectiva sofista. A autora observa que em sociedades democráticas o dissenso, a divergência de opiniões, é visto como uma etapa a ser superada para que se possa implementar a ação deliberada. Há um certo “horror ao dissenso” que deslegitimou a polêmica. De maneira geral, “nas concepções da comunicação e do debate herdadas da retórica e desenvolvidas nas abordagens contemporâneas da comunicação no espaço público, a rejeição do desacordo continua sendo central, e intimamente ligada a um ideal de razão e de harmonia social” (Amossy, 2017, p. 29). O dissenso é apenas o ponto de partida, a ser superado em busca do consenso, por meio da fala e da razão.

Há, no entanto, conforme nos prova Amossy (2017), desacordos profundos – *deep disagreements* – que não podem ser resolvidos a partir de argumentos racionais. São “dissensões, muitas vezes sobre temas importantes, que, por natureza, não estão sujeitas a soluções racionais” (Fogelin *apud* Amossy, 2017, p. 30). Amossy (2017) resume que “é preciso levar em conta, sem disso tirar proveito, um campo de debate em que certas zonas permanecem impermeáveis ao trabalho conciliatório da razão” (Amossy, 2017, p. 31). Esse campo é a polêmica, compreendida como “a manifestação discursiva sob forma de embate, de afrontamento brutal, de opiniões contraditórias que circulam no espaço público ” (Amossy, 2017, p. 53).

Amossy (2017) propõe que se estude a polêmica como parte do campo da argumentação retórica. Ela sugere observá-la como uma ancoragem conflitual, partindo de Maingueneau (1983), que é composta por dicotomização, polarização e desqualificação do outro. A dicotomização parte do pressuposto que a polêmica precisa de um espaço discursivo, conforme Maingueneau (*apud* Amossy, 2017, p. 54), com apenas dois polos. Com isso, os participantes – o orador e o auditório – têm uma facilidade de delimitar quem é o outro, o seu inimigo; ao mesmo tempo, torna-se difícil para um dos participantes negar a tese defendida pelo seu grupo, uma vez que isso os transformaria automaticamente nesse outro desprezado.

Há, nas palavras de Amossy (2017, p. 54), uma restrição de “categorias semânticas” que são divididas entre os polos, os grupos envolvidos na polêmica. É o que leva à polarização; para a autora, a polêmica só se realiza diante de uma divisão entre “nós” e “eles”. Isso significa que pessoas com identidades, opiniões, carreiras, dentre outras características, diversas se fundem em dois grupos contrastados. Para Amossy (2017):

em suma, a retórica da polarização consiste em estabelecer campos inimigos e é, portanto, um fenômeno social, e não uma divisão abstrata em teses antagônicas e

inconciliáveis. Trata-se de aderir a um grupo constitutivo de uma identidade ou de apresentar as coisas de modo a que aqueles que se sentem, de início, solidários a um dado grupo mobilizem-se em favor da tese que o reforça (Amossy, 2017, 56-57).

A dicotomização se realiza na polarização, isto é, na divisão em dois grupos, inimigos entre si, e é visível no campo discursivo a partir da observação de uma polarização como movimento social. Isso significa que o defensor de determinado ponto de vista será visto pelo outro grupo como mal-intencionado e não autêntico, essa pessoa resume em si “o símbolo do erro e do mal” (Amossy, 2017, p. 59). Temos, com isso, o último traço da polêmica apontado pela autora, com base em Maingueneau (1983), a desqualificação do outro. A tese do texto é falsa, ou não é a preferível, porque parte de um integrante do grupo inimigo. Nenhum discurso criado pelo “outro”, por “eles”, será aceito porque os vícios e os defeitos do orador automaticamente se transferem para a tese defendida. Essa é a ancoragem conflitual proposta por Amossy (2017) – dicotomização, polarização e desqualificação do outro – ao analisarmos uma polêmica, que, para a autora, é uma estratégia de resolução de conflitos em sociedades democráticas.

A POLÊMICA DOS CAIXÕES VAZIOS

No dia 29 de abril de 2020, a deputada federal Carla Zambelli, à época filiada ao Partido Social Liberal (PSL), concedeu entrevista ao jornalista José Luiz Datena, na Rádio Bandeirantes. O tema principal da entrevista era a suspensão da nomeação de Alexandre Ramagem para comandar a Polícia Federal por Alexandre de Moraes, ministro do STF. A deputada e o jornalista conversam aproximadamente por dois minutos (14:47 – 16:30) sobre a crise sanitária provocada pela Covid-19. Nesse breve momento, a deputada afirma: “no Ceará tem caixão sendo enterrado vazio, tem uma foto de uma moça carregando caixão com os dedinhos” (Rádio Bandeirantes, 2020). Segundo Marina Gama Cubas e Bárbara Libório, em reportagem para a agência de checagem Aos Fatos, “informações falsas de que caixões vazios são enterrados para inflar as estatísticas de morte por Covid-19 nos estados ganharam tração nas redes sociais em 29 de abril” (Cubas; Libório, 2020, s/p), ou seja, após a fala da deputada federal.

Para chegar a essa conclusão, foram analisados por Cubas e Libório (2020) mais de 84 mil tuítes publicados entre 27 de abril e 4 de maio com termos relacionados ao tema. No Twitter (atual X), a maioria das publicações mais populares citavam a deputada; no Facebook, as publicações sobre caixões vazios não mencionavam Zambelli; e o pico de busca no Google sobre os termos relacionados se deram em 29 de abril, dia da entrevista à Rádio Bandeirantes, e no dia 3 de maio, após uma matéria no programa da

TV Globo Fantástico que também citou a deputada. Para o Fantástico (2020), Carla Zambelli respondeu com a seguinte nota:

a deputada afirma que recebeu imagens de caixões de dois cidadãos, sem dizer quem são. Ela ainda levanta dúvidas do número de mortos do Ceará e compara com a situação do Paraná, que registra menos mortes. E ressalta: “faz mais calor no Ceará do que no Paraná”, dando a entender que o clima interferiria no avanço da doença, mas não há provas científicas de que o vírus se dissemine menos no calor. Por fim, ela diz que a Constituição garante imunidade parlamentar para que ela possa fazer denúncias sem qualquer preocupação de retaliação política (Fantástico, 2020).

Apesar do seu envolvimento na polêmica, não consideramos a deputada federal Carla Zambelli responsável pela disseminação de informações falsas, ou mesmo uma produtora de *fake news*, uma vez que, segundo ela, o questionamento do número de mortes registradas em São Paulo e no Ceará baseia-se em denúncia anônima de cidadãos brasileiros. Com base nisso, poderíamos considerar que a deputada federal compartilhou uma informação errada, quando a informação falsa é compartilhada por alguém que desconhece a sua falsidade. Acreditamos que as *fake news* dependem do debate público. Elas precisam de alguma conexão com o assunto das notícias ou com personagens relevantes naquele momento para impulsionar a sua circulação, como é o caso da deputada federal.

Cubas e Libório (2020), ao analisar publicações nas redes sociais de 27 de abril a 4 de maio de 2020, notaram que a fala da deputada na entrevista para o Datena foi o que impulsionou a informação falsa sobre caixões vazios. Antes dessa fala, no entanto, informações “como a de que caixões vazios ou com pedras foram enterrados para criar pânico, ampliar o número de mortos pela Covid-19 ou mesmo camuflar supernotificações de estados e municípios” (Cubas; Libório, 2020, s/p) já circulavam no Twitter. Em 27 e 28 de abril, Cubas e Libório (2020) identificaram pouco mais de 3 mil interações (curtidas ou *retweets*) nas 50 publicações mais populares sobre o tema; após a fala da deputada, foram observadas mais de 300 mil interações. Nessa rede social, a maioria das publicações citavam nominalmente a deputada, conforme “Figura 2 – Texto 1”.

Figura 1 – Texto 1



Fonte: Twitter (@carol_sanches_)

Com base na desordem informacional, esse texto foi publicado por uma agente não-oficial (@carol_sanches_) em uma conta de baixa relevância (menos de 3 mil seguidores). Por isso, e pelo alcance do texto, acreditamos que a agente tenha sido responsável pelas três fases da desordem informacional, ou seja, ela criou a ideia do discurso retórico falso, produziu o texto e o divulgou na sua rede social. Não nos parece que a agente tenha uma rede de conexão consolidada, tanto que a repercussão registrada pela Aos Fatos é de 8,6 mil *retweets* e pouco mais de 30 mil curtidas para o texto.

Consideramos a sua motivação como social, assim ela busca se conectar, ou reafirmar suas conexões com determinado grupo social. O envolvimento da deputada facilita a identificação desse grupo, podemos supor que a agente se opõe ao grupo político de Zambelli, a direita, o que em um contexto polarizado significa pertencer ao grupo oposto, a esquerda. Quanto ao tipo de informação falsa, o texto é uma informação falsificada, uma vez que a agente teve a intenção de prejudicar a deputada federal e o seu grupo político, ainda que a repercussão da sua postagem possa ser considerada baixa, mas não irrelevante.

É importante notar que essa postagem foi utilizada pela Aos Fatos como exemplo das publicações realizadas no Twitter sobre os caixões vazios, mas não recebeu o selo de falsidade da agência. O texto pertence à desordem informacional, na nossa perspectiva, porque não há correlação entre a fala da deputada e o fato noticiado pelo Yahoo!. As famílias abriram caixões em Manaus por causa do colapso do sistema funerário da cidade, conforme explica a linha fina da notícia. Como estratégia de falsificação, é um caso de uma informação falsificada a partir de conteúdo manipulado, ou seja, as informações são

verdadeiras, tanto a fala de Zambelli quanto a abertura dos caixões, mas foram manipuladas para iludir, no caso, para criar uma falsa correlação entre os fatos. Com isso, entendemos o texto da usuária do Twitter @carol_sanches_ como *fake news* por ser falso (conteúdo manipulado), informar sobre a fala da deputada federal e depender do *design* das redes sociais para obter as mais de 30 mil interações com a postagem, item fundamental para explicar a eficácia do discurso.

Como prova lógica, o discurso retórico apresenta o seguinte silogismo aparente: alguns caixões são enterrados vazios (premissa maior), algumas famílias abriram caixões dos seus entes queridos (premissa menor); logo, algumas famílias abriram caixões dos seus entes queridos porque caixões são enterrados vazios (conclusão). Para o auditório favorável, o raciocínio é um entimema, em que a conclusão não está explícita, temos a premissa maior (“estão enterrando caixões vazios”) e a menor (“famílias abrem caixões lacrados”) enunciadas, a conclusão fica implícita pelo uso da expressão “o efeito”.

Com isso, identificamos como base do raciocínio – ainda que ele não seja lógico – o tópico retórico, ou o lugar, da consequência, a ação das famílias é compreendida como consequência direta da fala da deputada Carla Zambelli. O auditório contrário, por sua vez, percebe a falsificação do discurso. Para ele, o raciocínio é um entimema aparente, e o tópico é o da essência, em que a conclusão do silogismo não é apresentada de fato. Não podemos concluir uma relação de causa e consequência entre a fala da deputada e a ação das famílias. A abertura de caixões lacrados foi motivada pelas suspeitas de que as famílias não estariam enterrando seus próprios mortos por causa do colapso no sistema funerário de Manaus.

Como prova ética, para o auditório favorável, temos um orador prudente, virtuoso e benevolente. Prudente por conseguir perceber a relação de causa e consequência entre a fala de Zambelli e a ação das famílias, essa correlação entre os eventos é uma demonstração de sabedoria do orador. Ele é também virtuoso por compartilhar o seu conhecimento com o auditório, e benevolente por fazer isso com respeito a esse mesmo auditório, especialmente a sua intelectualidade, uma vez que o orador demonstra o seu raciocínio lógico. Apesar de benevolente com o seu auditório, esse orador não é benevolente com o grupo oposto, o da deputada Carla Zambelli. Há uma demonstração de agressividade com a própria deputada ao citá-la nominalmente como responsável por “espalh[ar] fake news”. Atribui-se, assim, um vício a Zambelli: a imprudência ao falar sobre temas que desconhece, uma vez que a informação da deputada é considerada falsa por esse orador.

É claro que o auditório contrário percebe a falta da primeira virtude das provas éticas, justamente a prudência. Há uma aparência de sabedoria, mas ela não é verdadeira porque a correção entre os fatos é

falsa. Com isso, o auditório contrário considera que esse orador tem o mesmo vício que imputa à deputada: a imprudência. Para esse auditório, é o orador que desconhece o assunto abordado.

Como prova patética, podemos considerar como a paixão despertada pelo discurso, responsável pela disposição do auditório perante a tese, reflete a identificação entre orador e auditório. O curioso é que tanto para o auditório favorável quanto para o contrário a paixão é a mesma: a indignação. Aquele se indigna pela postura da deputada (“hoje a Carla Zambelli espalhou *fake news* na entrevista ao Datena”), esse, pela falsa correção entre os fatos (“o efeito”). A identificação entre orador e auditório, quando determinada pela paixão, indica que eles respondem da mesma forma a determinados grupos sociais. Por isso, consideramos que o orador e o auditório favorável ao discurso pertencem ao grupo social político de esquerda, e o auditório contrário, ao de direita. Apesar do posicionamento oposto, os dois grupos respondem ao texto em análise movidos pela indignação, é o que causa a interação nas redes sociais, seja comentando ou compartilhando o discurso retórico falso.

A eficácia desse texto no Twitter reside no momento da sua publicação, a oportunidade perfeita para se apoiar na relevância da deputada federal. Entendemos, com isso, que o debate não foi a veracidade ou não da fala de Zambelli, mas a consolidação do entendimento de que “caixões vazios serem enterrados vazios” era uma divergência aceitável no debate sobre a crise sanitária. Com isso, o debate público nas redes sociais não se consolidou, ao menos nesse dia, como as ações necessária para o enfrentamento da crise, mas sim sobre a veracidade das estatísticas de mortes da Covid-19 no Brasil.

A possibilidade de se acreditar no enterro de caixões vazios poluiu o debate público dos interesses da sociedade, o que integra o texto analisado como parte da desordem informacional. O consenso sofisticado alcançado por esse discurso, então, é a aceitação pela sociedade dessa divergência: as mortes por Covid-19 são ou não são verdadeiras? Por ser uma polêmica, a resposta a essa pergunta dependeu mais do grupo social do indivíduo do que da natureza dos fatos. Observa-se que compreender as mortes como verdade ou não é, sob essa perspectiva sofista, um efeito do dizer.

Podemos pensar, para encerrar essa análise, a ancoragem conflitual dessa polêmica: a dicotomização, a polarização e a desqualificação do outro a partir de Amossy (2017). Observamos a dicotomização com a delimitação dos dois grupos participantes da polêmica: a direita e a esquerda política brasileira. Temos, de um lado, os apoiadores do governo Bolsonaro, como Carla Zambelli e o auditório contrário à *fake news*, e os opositores a esse governo, o auditório favorável à *fake news* em análise. Tanto uns quanto outros desejam despertar, ou reforçar, o apoio ou a oposição entre esses dois grupos. Essa dicotomização leva à polarização entre direita e esquerda, presente durante todo o governo Bolsonaro (2019 - 2022). Com isso, não se espera diálogo entre os opositores, porque não concordar com a opinião do grupo significa, nesse contexto de polarização política, pertencer ao outro. Há uma anulação

do outro, sujeito de direita ou de esquerda, que se realiza na negação das ideias defendidas por cada um. Assim, se uma ideia, ou tese, partiu da direita, ou da esquerda, ela é imediatamente desconsiderada pelo grupo oposto. Isso é parte da desqualificação do outro apontada por Amossy (2017).

CONCLUSÕES

Como abordamos na introdução, o nosso objetivo era construir reflexões teóricas sobre uma perspectiva retórica para as *fake news*. Para isso, primeiro, apresentamos as *fake news* a partir do conceito de desordem informacional de Wardle e Deraksham (2017) e exploramos como o funcionamento das redes sociais impacta a circulação dessas postagens. Consideramos que todo e qualquer texto que pertence à desordem informacional é uma *fake news*. Esse texto deve ser falso, informar e depender do *design* das redes sociais. Chamamos de *fake news* o texto, enquanto Wardle e Deraksham (2017) definem o fenômeno do qual ele faz parte.

A partir da definição das *fake news*, buscamos nos escritos retóricos ferramentas para compreendê-las e analisá-las. Consideramos, à princípio, as *fake news* como um discurso retórico falso, isto é, o resultado da ação de discursar, ação essa que parte de uma questão e pretende persuadir o auditório. Há retoricidade nas *fake news*, ainda que elas não conduzam o seu auditório a uma opinião preferível, por isso é possível observar as provas retóricas desses discursos. Para o discurso retórico falso, entendemos ser necessário observar esse discurso a partir de dois auditórios: o que genuinamente toma esse discurso como verdadeiro, que nomearemos como auditório favorável, e o que percebe a falsidade, o auditório contrário.

O auditório favorável a um discurso retórico falso só é possível por causa do *design*, do funcionamento, das redes sociais. Os mecanismos de personalização das redes e o acionamento de vieses cognitivos a fim de despertar o interesse dos usuários permite a criação de mundos discursivos nessas ferramentas online. É um mundo em que a identificação entre orador e auditório é mais importante que o próprio discurso retórico.

Para esse auditório, o discurso é compreendido a partir de uma perspectiva sofística, ou seja, o discurso produz um efeito de verdade sem relação com o mundo natural ou o raciocínio lógico. Há entre orador e auditório favorável o consenso sofístico, o auditório toma a tese do orador como preferível se ela for proferida em um momento oportuno (*kairos*) para parecer verdade. Esse consenso parte da identificação entre orador e auditório, gerando a oportunidade perfeita para semear o dissenso na *doxa*.

Já para o auditório contrário, que reconhece a mentira, a busca do orador é por ter sua tese aceita como a divergência aceitável na *doxa*. Isso significa que quando o auditório toma uma posição contrária àquele discurso, ele, de certa forma, o reconhece como a divergência aceitável no debate.

O texto selecionado para análise retórica mostra que houve uma polêmica sobre os caixões vazios entre o final de abril e o começo de maio de 2020. Se pensarmos nos grandes veículos de comunicação, poderíamos ter artigos de opinião defendendo teses contrárias ou mesmo debates televisivos entre opositores, mas a realidade das redes sociais é a da desordem informacional, por isso analisamos uma postagem no Twitter (atual X).

A afirmação sobre os caixões vazios só se tornou relevante por causa da atenção concedida a ela pelo grupo opositor, pela esquerda, o auditório contrário. Foi o grupo antagônico ao governo que produziu discursos retóricos condenando a fala da deputada, ao mesmo tempo que amplificava a tese dos caixões vazios. Isso porque, nas redes sociais, quanto mais um assunto é comentado, maior a sua audiência, assim se um assunto for muito popular, ele é exibido para cada vez mais usuários.

No Twitter, segundo Cubas e Libório (2020), as publicações sobre caixões vazios que mencionavam a deputada federal: “eram comentários irônicos, ataques à postura da congressista e desmentidos sobre os enterros maquiados” (Cubas; Libório, 2020, s/p). Oradores identificados com o grupo político opositor ao da deputada, e suficientemente engajados para repudiar e criticar a fala da deputada federal, foram os responsáveis por tornar esse debate relevante. Não fossem eles, talvez a fala de Zambelli para o Datena não tivesse desencadeado uma polêmica.

REFERÊNCIAS

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

Amossy, R. (2002). How to do things with doxa: Toward an analysis of argumentation in discourse. *Poetics Today*, 23(3), 465–487.

Amossy, R. (2017). *Apologia da polêmica*. Contexto.

Aos Fatos. (s.d.). Quem somos. Recuperado em 12 de março de 2023, <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>

Aristóteles. (2012). *Retórica* (P. F. Alberto, A. N. P. M. Alexandre Júnior, Trans.). WMF Martins Fontes.

- Bezerra, J., Magno, M., & Maia, C. (2021). Desinformação, antivacina e políticas de morte: O mito (d)e virar jacaré! *Mídia e Cotidiano*, 15(3), 6–23.
- Cassin, B. (2005). *O efeito sofístico*. Editora 34.
- Cubas, M. G., & Libório, B. (2020). Como a desinformação sobre caixões vazios impulsionou desmentidos em massa contra Carla Zambelli no Twitter. *Aos Fatos*. Recuperado em 12 de março de 2023, <https://www.aosfatos.org/noticias/como-desinformacao-sobre-caixoes-vazios-impulsionou-desmentidos-em-massa-contr-carla-zambelli-no-twitter/>
- Eco, U. (1976). *A estrutura do ausente* (3ª ed.). Perspectiva.
- Fantástico. (2020, maio 5). Programa de 5 de maio. TV Globo.
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117.
- Gomes, F. S., & Lopes, M. A. P. T. (2021). Infodemia e construção sógnica: Movimentos responsivos sob a retórica da pós-verdade. *Scripta*, 25(54), 158–189.
- Gonçalves-Segundo, P. R. (2020). Fake news, desordem informacional e pânico moral: Explorando estratégias discursivas. *Cadernos de Linguística*, 1(4), 1–26.
- Górgias. (2005). O tratado do não-ser. In B. Cassin, *O efeito sofístico* (pp. 269–291). Editora 34.
- Intervezes. (2019). *Desinformação: Ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news*. São Paulo: Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2019.
- Joseph, M. (2008). *O trivium: As artes liberais da lógica, gramática e retórica: entendendo a natureza e a função da linguagem*. (H. P. Dmyterko, Trad.). São Paulo: É Realizações.
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Zahar.
- Platão. (2016). *Diálogos II: Górgias, Eutidemo, Hípias maior, Hípias menor* (2ª ed.). Edipro.
- Rádio Bandeirantes. (2020, abril 29). EXCLUSIVO: Datena conversa com a deputada Carla Zambelli sobre suspensão do nome de Ramagem da PF [Vídeo]. YouTube. Recuperado em 13 de março de 2023, de https://www.youtube.com/watch?v=5vRg9EJ54us&list=PLFuurKXo5AHgqsLvhm5_9YQ46uHveE9HN&index=3115
- Santaella, L. (2018). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores.
- Silveira, S. A. D. (2018). A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In J. Souza, R. Avelino, & S. A. D. Silveira, *A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes digitais* (pp. 31–46). Hedra.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

Tringali, D. (2014). *A retórica antiga e as outras retóricas: A retórica como crítica literária*. Musa Editora.

Vidal, G. R. (2021). La falsa historia del origen de las falacias. *Quadripartitatio: Revista de Retórica e Argumentação*, 11, 2–16.

Wardle, C. (2019). *First Draft's essential guide to understanding information disorder*. First Draft.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*.